

# Joan Fontcuberta

## La furia de las imágenes

Notas sobre la postfotografía



Galaxia Gutenberg

---

Joan Fontcuberta

# La furia de las imágenes

Notas sobre la postfotografía

Galaxia Gutenberg

También disponible en eBook

Publicado por  
Galaxia Gutenberg, S.L.  
Av. Diagonal, 361, 2.º 1.ª  
08037-Barcelona  
info@galaxiagutenberg.com  
www.galaxiagutenberg.com

Primera edición en Galaxia Gutenberg: febrero de 2016  
Sexta edición (primera en este formato): febrero de 2020

© Joan Fontcuberta, 2016  
© Galaxia Gutenberg, S.L., 2020

Preimpresión: Maria Garcia  
Impresión y encuadernación: Sagrafic  
Depósito legal: B 733-2020  
ISBN: 978-84-17971-79-3

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede realizarse con la autorización de sus titulares, aparte de las excepciones previstas por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear fragmentos de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com); 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

---

*A Pere, Toni, Pablo, Jorge y Humberto,  
compañeros de viaje que ya han abandonado la travesía.  
A Nàdia y Aziz, que la inician*

---

## Justificación

Parece obvio que padecemos una inflación de imágenes sin precedentes. Esta inflación no es la excrecencia de una sociedad hipertecnificada sino, más bien, el síntoma de una patología cultural y política, en cuyo seno irrumpe el fenómeno post-fotográfico. La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual. Aquella aldea global vaticinada por Marshall McLuhan se inscribe ahora en la *iconosfera*, que ya no es una mera abstracción alegórica: habitamos la imagen y la imagen nos habita. Debord lo expresó con distintas palabras: «Allí donde la realidad se transforma en simples imágenes, las simples imágenes se transforman en realidad».<sup>1</sup> Estamos instalados en el capitalismo de las imágenes, y sus excesos, más que sumirnos en la asfixia del consumo, nos confrontan al reto de su gestión política.

Lo que ocurre, sin embargo, es que las imágenes han cambiado de naturaleza. Ya no funcionan como estamos habituados a que lo hagan, aunque campen a sus anchas en todos los dominios de lo social y de lo privado como nunca antes en la historia. Se han confirmado los augurios de advertencias como aquéllas de McLuhan y Debord. La situación se ha visto agudizada por la implantación de la tecnología digital, internet, la telefonía móvil y las redes sociales. Como si fuesen impelidas por la tremenda energía de un acelerador de partículas, las imágenes circulan

1. Guy Debord, *La société du spectacle*, París, Gallimard, 1961. [Traducción española: *La sociedad del espectáculo*, Pre-Textos, 2012].

por la red a una velocidad de vértigo; han dejado de tener el papel pasivo de la ilustración y se han vuelto activas, furiosas, peligrosas... Sucesos como el de las caricaturas de Mahoma y la tragedia de Charlie Hebdo en París demuestran hasta qué punto su fuerza puede llegar a constituir *casus belli*: matamos y nos matan a causa de imágenes. La instantánea de un niño sirio ahogado en las costas de Turquía es capaz de desatascar acuerdos internacionales sobre refugiados e inmigración, que la burocracia y la desidia de los dirigentes políticos paralizaban. Las fotografías siguen impactando en nuestra conciencia, pero ahora su número ha crecido exponencialmente y son mucho más escurridizas y, por tanto, también más difíciles de controlar.



Periódicos con la foto del niño kurdo Aylan Kurdi, tomada por la reportera turca Nilüfer Demir y convertida en icono de la tragedia de los refugiados (2015).

Fotograma de un video de la decapitación del periodista James Foley efectuada por Estado Islámico: cuando la razón del terror es la imagen (2014)

Las imágenes articulan pensamiento y acción. Compete a la filosofía y a la teoría, pero también al arte, descifrar con urgencia su condición maleable y mutante. Autores como Gottfried Boehm en Europa y W. J. T. Mitchell en Estados Unidos se apresuraron a indagar con sus ensayos qué es una imagen.<sup>1</sup> Ambos autores sentaron en los años

1. Gottfried Boehm, *Was ist ein Bild?*, Múnich, Fink, 1994; y W. J. T. Mitchell, *Picture Theory*, Chicago, University of Chicago Press, 1994.

noventa las bases de los *Visual Studies* al compás del *pictorial turn*, que entendían como el resultado de un cambio del paradigma visual aunado por igual a cambios sociales y tecnológicos. Este *pictorial turn* era consecuencia no tanto de la proliferación sin más de imágenes y de la atención resultante a las mismas, como de la prioridad en delimitar un estudio de la cultura que se focalizase sobre una realidad cristalizada en imágenes. ¿Dónde estamos, pues, veinticinco años después? ¿Siguen las imágenes significando lo mismo o debemos introducir ajustes en nuestras interpretaciones? Es obvio que estamos inmersos en un orden visual distinto y ese nuevo orden aparece marcado básicamente por tres factores: la inmaterialidad y transmitabilidad de las imágenes; su profusión y disponibilidad; y su aporte decisivo a la enciclopedia del saber y de la comunicación.

El contenido de este libro debe entenderse como un intento encaminado a analizar aspectos de la cultura visual a tenor de las recientes transformaciones experimentadas por la fotografía, cuya responsabilidad en la actual furia icónica es obvia. Pero más que insistir en qué es la imagen, se propone desplazar la cuestión a cómo nos afecta la imagen. Centrarse en los efectos, por tanto, implica enfatizar una perspectiva sociológica y antropológica. Aunque, como aviso a navegantes, querría dejar clara una cuestión desde el principio: no se trata de un estudio acometido con pretensión y metodología académicas, sino de apuntes que son fruto de observaciones realizadas desde la atalaya privilegiada que me concede mi actividad como creador visual, comisario de exposiciones y docente.

Ha habido un conjunto de iniciativas propiciador de los textos y notas que aquí se juntan. Sin pretender enumerarlas por completo, cito algunas de mayor repercusión. La primera tuvo lugar en el año 2008, cuando fui invitado a concebir y dirigir un coloquio internacional para el Ministerio de Cultura español, dentro del programa de PhotoEspaña 08. Bajo el título de *Soñarán los androides con cámaras*

*fotográficas*,<sup>1</sup> una veintena de especialistas de distintos ámbitos mantuvo un fructífero debate sobre las utopías de la fotografía y su futuro previsible. Luego, en 2010, publiqué con Joaquín Gallego el libro *A través del espejo*,<sup>2</sup> un recuento precoz sobre los *selfies* cuando esta práctica no se había convertido aún en el presente fenómeno popular y mediático. Seguidamente, en 2011, co-comisarié (junto a Clément Chéroux, Erik Kessels, Martin Parr y Joachim Schmid) la exposición «*From Here On*» («A partir de ahora»)<sup>3</sup> para los Encuentros Internacionales de Fotografía de Arles; esta magna muestra, que incluía trabajos de más de ochenta autores, significó el mayor intento de repertoriar la creación postfotográfica hasta la fecha. Como siguiente peldaño, en 2014 me ocupé de la exposición «Fotografía 2.0» en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, otra vez dentro del programa de PhotoEspaña, y en ese caso privilegiando una selección de jóvenes creadores españoles. Y para concluir, al año siguiente fui nombrado comisario invitado del Mois de la Photographie / Biental de imagen contemporánea de Montreal, que propuse dedicar a *La condición postfotográfica* como tema monográfico. Este proyecto fue el que implicó mayor dedicación y exigencia: comisariar veinticinco exposiciones individuales, una publicación, un simposio universitario y un programa de actividades educativas. Por la mis-

1. Joan Fontcuberta (ed.), *Soñarán los androides con cámaras fotográficas*, Madrid, Ministerio de Cultura, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2008.

2. *A través del espejo*, textos de Joan Fontcuberta, Román Gubern, Alberto García-Alix, Jorge Alemán y Estrella de Diego, Madrid, La Oficina, 2010.

3. *From Here On, Rencontres Internationales de la Photographie*, Arles, 2011. Un segundo catálogo fue publicado a raíz de la presentación de la exposición en Arts Santa Mònica de Barcelona: «A partir de ahora. La postfotografía en la era de internet y la telefonía móvil», textos de Clément Chéroux y Joan Fontcuberta, Barcelona, RM / Arts Santa Mònica, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2013.

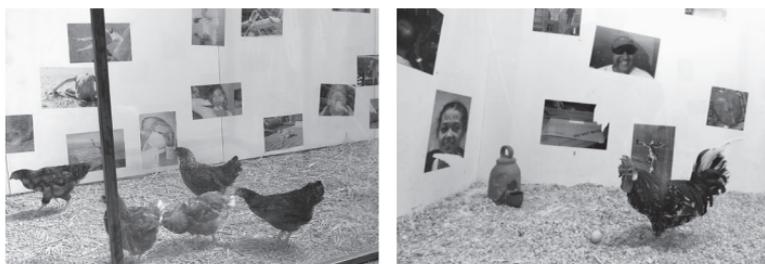
ma razón también resultó el más fecundo para las ideas y cuestionamientos que puedo verter aquí.

A pesar de todo ese «trabajo de campo», no pretendo tanto acertar en lo que nos deparará el futuro de la imagen como invitar a la reflexión ahora mismo. Y hacerlo, por un lado, a partir de ejemplos suplidos por creadores contemporáneos con quien comparto ideario postfotográfico, y por otro con una radicalidad que no se vea frenada por el miedo a equivocarnos. Porque alguien que siempre acierta es alguien que o hace trampas o es corto de miras y no se arriesga. Hemos estigmatizado el riesgo y el error y, en cambio, incentivamos el conformismo y la repetición. En lo que me concierne no me duelen prendas de reconocer que suelo equivocarme, pero también, que aprendo de cada error. Y a este respecto puede resultar esclarecedor que me refiera a un fiasco que cometí y del que, tras asumirlo con deportividad, se pueden extraer ventajosas enseñanzas.

A mediados de los años noventa la primera generación de teléfonos móviles analógicos ya estaba implantada en el



Exposición «*From Here On*», Atelier de Mécanique, *Rencontres Internationales de la Photographie*, Arles, julio-septiembre 2011



Instalación de Chicken Museum, 2011, de Thomas Mailander, en la presentación de *From Here On* en Arts Santa Mònica, Barcelona, febrero-mayo 2013

territorio español y empezaba a planearse el cambio a los sistemas digitales, que iban a posibilitar la ampliación del acceso a la red a un número mucho mayor de usuarios, así como dotar a los terminales de mayores prestaciones. Una empresa de estudios de mercado me contactó en una ocasión para preguntarme si estaría dispuesto a acudir a su oficina y responder a algunas preguntas en mi calidad de fotógrafo. Intenté obtener más detalles pero fue en vano. Para garantizar la validez de mis opiniones debía desconocer tanto la identidad del cliente que encargaba el estudio como sus propósitos. Luego supe que quien lo había pagado era el principal operador español de telefonía. En la sesión, como es preceptivo, mis entrevistadores fueron mareando la perdiz con cuestiones peregrinas entre las que infiltraban los temas que realmente les interesaban. La pregunta clave fue: ¿qué pensaba yo, como experto, de la posibilidad de que los teléfonos móviles incorporasen minúsculas cámaras?

La respuesta que di, que recordaré toda la vida, fue espontánea y visceral: me parecía, dije, una solemne estupidez a la que no le auguraba ningún éxito. Ironiqué incluso que ese supuesto artilugio parecería extraído de la serie cómica de televisión *Superagente 86* emitida a mediados de los años sesenta. En ella el incompetente agente del recontraespionaje Maxwell Smart, interpretado por Don Adams, se servía de un *zapatófono* haciendo las delicias de sus fans. Más ade-

lante, en los años ochenta, ante el doble embate del pensamiento posmodernista y de la tecnología digital, la televisión produjo una serie de dibujos animados titulada *Inspector Gadget* (traducida como *Inspector Truquini* en algunos países latinoamericanos) igualmente dedicada a un detective torpe y despistado. También en este caso se trataba de parodiar los artilugios más disparatados que funcionaban en plan multiuso como las navajas suizas. En fin, yo argumenté que como profesional disponía de una amplia gama de modelos de cámara adecuados a mis necesidades, y de la misma forma que no me parecía buena idea que el teléfono sirviese alternativamente como máquina de afeitarse o como depiladora de orejas, tampoco veía útil que pudiera tomar fotos. Consideraba prioritario, en cambio, invertir esfuerzos en que el teléfono cumpliera mejor el cometido para el que había sido concebido: comunicarse hablando. Por consiguiente recomendaba mejorar la calidad de sonido, aumentar la cobertura de los operadores, reducir las tarifas, etc. En fin, di una respuesta demasiado lógica y sensata.



Exposición «Fotografía 2.0» en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, PhotoEspaña, junio-julio 2014

Por suerte no me hicieron ni caso. Tal vez consideraron mi opinión como la de un *pureta* excéntrico o la de un tecnófobo a contracorriente del progreso. Poco después, en el año 2000, Sharp lanzaba al mercado japonés el primer teléfono móvil dotado de cámara y desde entonces el incremento de este tipo de móviles ha sido imparable. Hoy es impensable un dispositivo telefónico o móvil desprovisto de sistema de captación gráfica, e incluso la función de toma de fotos y vídeos empieza a superar a la función estricta de habla. De ese episodio yo aprendí varias cosas: una, que el futuro no tiene por qué ocurrir por criterios de cordura. Dos, que la visión de un experto suele estar constreñida y limitada. Y tres, y la más dolorosa: quedó demostrado que carezco de las más mínimas dotes de predicción. Pero la historia ha ido por derroteros tan radicalmente distintos a los que yo auguraba que tal vez de esa experiencia se puede extraer una lección práctica: la evolución real se produce en dirección contraria a mi sentido común. Así, aplicando una función correctora de inversión tal vez hayamos dado con un método prospectivo bastante fiable. Por otra parte, siempre me ha quedado la duda de si se me formuló correctamente la pregunta. Tal vez hubiese sido más provechoso preguntar por la posibilidad, no de tomar fotos con un teléfono, sino de hablar a través de una cámara.<sup>1</sup> De hecho la publicidad del iPhone 6, uno de los *smartphones* de última generación, ofrece como proposición de venta principal la calidad de su cámara: ya no estamos frente a teléfonos que permiten tomar fotografías, sino frente a cámaras que permiten hacer llamadas telefónicas.

A posteriori, entiendo que mi error de apreciación se debió a no haber advertido un factor imprevisible entonces: la aparición de internet y su vertiginosa implantación como territorio de comunicación. Yo pensaba sólo en los espacios

1. Lejos de antojarse descabellado, esta idea cristaliza hoy en el *camaráfono*, una cámara que goza de una alta resolución y que además es capaz de conectarse a internet y realizar llamadas telefónicas.



Don Adams como Maxwell Smart,  
en *Superagente 86*

discursivos habituales de la fotografía, en los que la fotografía sobre papel (la fotografía-objeto) y una idea convencional de calidad tenían una importancia preponderante. Internet, desde luego, relega esos valores –materialidad y calidad– anteponiendo los de profusión, inmediatez y conectividad.

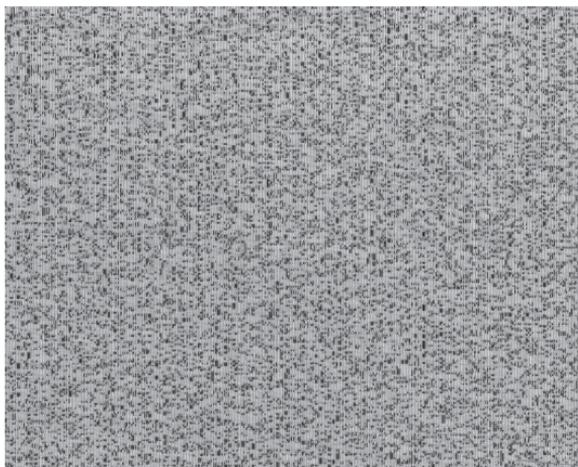
Pero aquí ya no hablamos tanto del futuro como de lo que es constatable ahora mismo. Por ejemplo, si la fotografía ha estado tautológicamente ligada a la verdad y a la memoria, la postfotografía quiebra hoy esos vínculos: en lo ontológico, desacredita la representación naturalista de la cámara; en lo sociológico, desplaza los territorios tradicionales de los usos fotográficos. Más que hacia una ontología de la imagen, es hacia esos nuevos escenarios adonde deseo enfocar mi examen: ¿qué funciones seguirá desempeñando la fotografía? ¿Cómo se ven trastocados sus roles sociales (foto familiar, turística, periodística, etc.) en los nuevos contextos culturales y políticos que se avecinan? ¿Para qué empleamos las imágenes en la actualidad? ¿Qué presión ejerce sobre el sujeto la masificación de las imágenes? ¿Cómo se fundirán realismo fotográfico con realidad virtual? ¿Cuáles

son los nuevos entornos para la creación y difusión de fotografías? ¿Qué papel ha pasado a jugar la fotografía en el arte contemporáneo? ¿Conseguirá el nuevo estadio tecnológico implementar la creatividad y el sentido crítico de los artistas, o por el contrario tenderá a despojarlos de combatividad? ¿Qué mecanismos de «resistencia» serán factibles?

En suma, muchas preguntas que dan que pensar. Un sarcástico Charles Bukowski se lamentaba: «¿Qué demonios saca un hombre de pensar? Sólo problemas». Pues bienvenidos sean aquí los problemas derivados de pensar la imagen y de hacer una pedagogía de ese pensamiento.

---

## Prolegómenos postfotográficos



Sean Snyder, *Untitled (digital imaging sensor)*, 2009

En 1960, el satélite meteorológico Tiros-1 obtuvo la primera imagen completa del globo terrestre. En los años siguientes los astronautas del programa Apolo fueron mejorando esa vista hasta conseguir la icónica fotografía conocida como *The Blue Marble (La canica azul)*, identificada con el número de catálogo de la NASA AS17-148-22727. Luigi Ghirri, añorado por su agudeza crítica, afirmó que constituía la imagen que contenía cualquier otra: la madre de todas las imágenes.

En 2009, Sean Snyder actualiza este icono para una época en que la tecnología digital ha contribuido a consumir la glo-

balización total. Snyder se limita a mostrarnos una gigantesca ampliación de la superficie desnuda de un sensor digital, un dispositivo que permite ver sin ser visto. Esta textura aparentemente abstracta equivaldría, si podemos aventurar una biología de lo icónico, al útero o a la matriz de las imágenes: el órgano donde éstas se gestan. Cuando hablamos de la incidencia de las imágenes en las formas de moldear nuestra conciencia, no podemos olvidar que, en la actualidad, la gran mayoría de las fotografías cobra vida en uno de esos sensores.

\*

En 1971, el ingeniero informático Ray Tomlinson efectuó la primera transmisión de un correo electrónico. El mensaje fue enviado entre dos ordenadores colocados uno al lado del otro, conectados mediante la red Arpanet. Entre otras aportaciones, Tomlinson es el responsable de que la arroba (@) se haya hecho un hueco imprescindible en los teclados de nuestros ordenadores, al instituir ese signo como estándar para separar el usuario del dominio. Por sus diseños de ordenadores y de arquitectura de redes, pero sobre todo por ser uno de los padres del email, en el año 2009 recibió el premio Príncipe de Asturias de investigación científica y técnica. Sin embargo, Tomlinson recordaba avergonzado que el contenido de ese primer mensaje fue «QWERTYUIOP». En ese momento tan trascendental, nuestro hombre no estuvo a la altura de la épica deseable. Tampoco es que se requiriera algo al estilo de «Un pequeño paso para el hombre, pero un gran salto para la humanidad»; me gusta imaginar tan sólo que el segundo ordenador contesta: «Esto... ¿cómo dice?». En cualquier caso, el mensaje transmitido proporciona argumentos a los tecnófobos que pensarán que, para ese viaje (al imperio de internet y de la mensajería instantánea), no hacían falta alforjas.

\*

Mi nieta me pregunta cómo hacíamos (los viejos) para enviar emails antes de que existiese internet. He contestado que a su edad nosotros no disponíamos de correo electrónico propiamente, pero que lo suplíamos con otros sistemas. Por ejemplo nos valíamos de una cosa que llamábamos «tarjetas postales». Un fotógrafo sacaba una foto de un paisaje o de un monumento, revelaba la película y ampliaba el negativo seleccionado. Luego un editor la imprimía y la comercializaba. Los usuarios comprábamos esa postal en un kiosco, eligiendo la imagen que más se ajustaba al contenido que deseábamos transmitir, y escribíamos un texto en el dorso. Luego nos procurábamos un sello en una oficina de Correos y la echábamos en un buzón. Un cartero se la pasaba a otro cartero, y éste a otro y así sucesivamente, hasta que se entregaba en la dirección del destinatario. El lapso de tiempo y el esfuerzo requerido se dilataban inconmensurablemente. Pero mi nieta me escuchaba con incredulidad, convencida de que le estaba tomando el pelo. Ella dispone de una tableta rudimentaria, saca fotos y acto seguido las envía a quien quiere, que las recibe al momento. Todo en un pis-pás y sin ningún esfuerzo. Y lo más importante: confeccionando el contenido visual –la foto– exactamente a medida del mensaje que desea transmitir.

\*

El 11 de junio de 1997 se envió la primera fotografía desde un teléfono móvil, y se compartió al instante desde una red colectiva. El empresario e innovador tecnológico francés Philippe Kahn acompañó a su esposa al hospital para dar a luz a la primera hija de ambos. Como hacía habitualmente, cargó con su cámara digital, su ordenador portátil y su teléfono móvil. Mientras esperaba, recibió una llamada telefónica que disparó su inventiva: si la transmisión de voz a través del teléfono era instantánea, ¿qué impedía igualmente el envío de imágenes? Pensó entonces en una utopía: la posibilidad de tomar fotos y transmitir las inmediatamente tan

sólo pulsando un botón. Se puso a trabajar allí mismo. Durante las dieciocho horas que duró el parto de la pequeña Sophie, Kahn permaneció en la sala de espera de neonatos dándole vueltas al asunto hasta dar por fin con una solución. Primero tomaría el retrato del bebé con la cámara digital y luego lo descargaría en su portátil. Al no disponer de conexión inalámbrica (aún no existía wifi), utilizó la señal de su móvil para enviar la fotografía del portátil al ordenador que tenía en casa y que permanecía siempre conectado a internet. Una vez la fotografía llegó a su PC, se reenvió por correo a sus contactos en tiempo real. Ese día nacieron al unísono Sophie Kahn y la comunicación visual instantánea.

Tal vez si a la sufrida parturienta le hubiesen administrado epidural para mitigar los dolores, la humanidad carecería hoy de ese adelanto tecnológico. Al compartir sin cables con miles de familiares, amigos y compañeros de trabajo de todo el mundo (un modelo primitivo de «red social») la carita adormecida de su hija recién nacida, Kahn presintió que ese descubrimiento iba a ejercer una influencia notable en la sociedad. Poco después fundaba la empresa LighSurf que fue la que impulsó a Sharp a lanzar el J-SH04, el primer teléfono móvil con cámara integrada.

La vía tecnológica para la postfotografía quedaba expedita, pero ¿cuál era el entorno cultural e ideológico que la acogía?